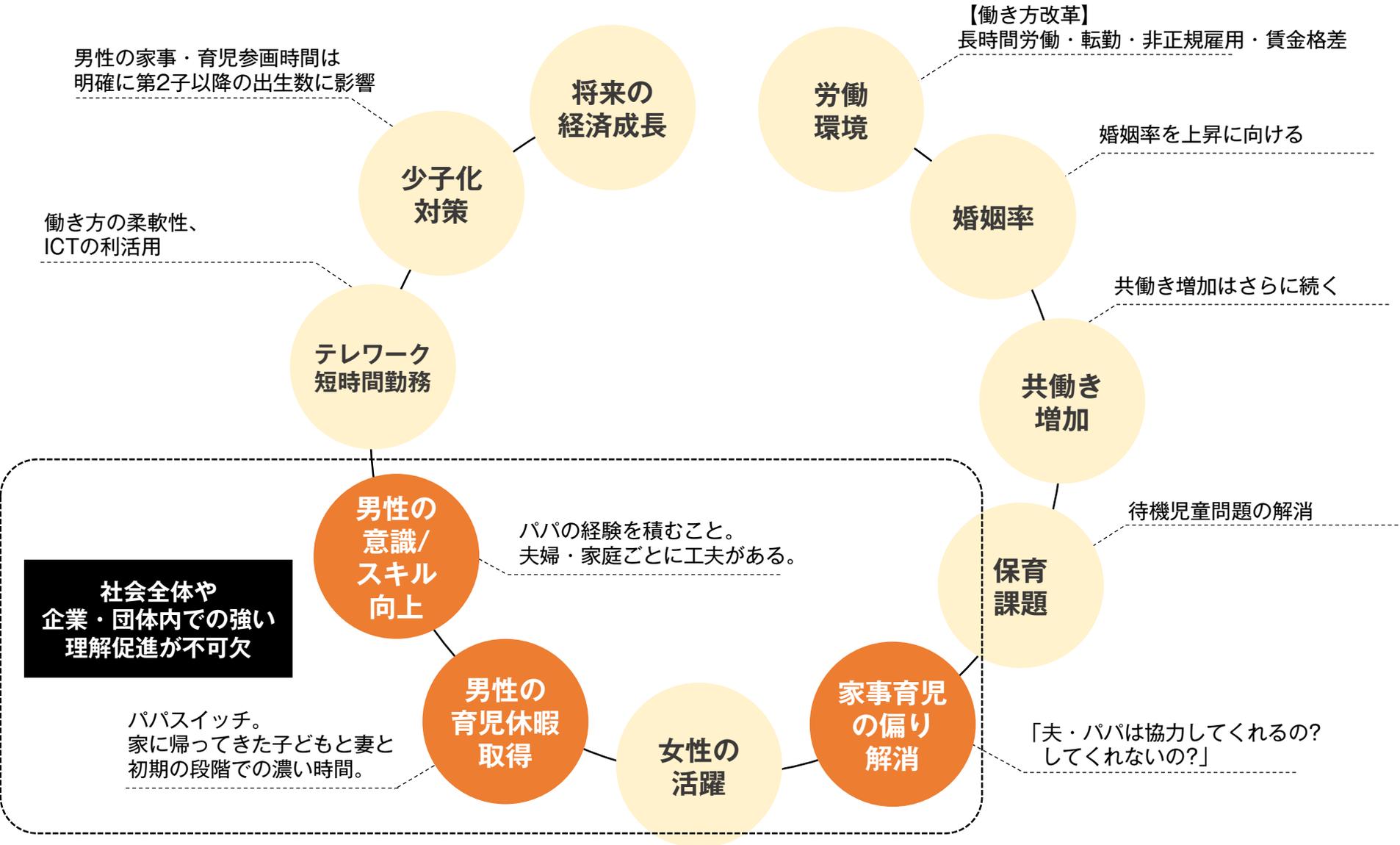


# 「女性活躍加速のための重点方針2017」に向けた男性の暮らし方・意識の変革

重点方針専門調査会提出資料

家本 賢太郎 (株式会社クララオンライン)

# 働き方改革・少子化・女性活躍はすべて関連



育児休暇を取得したいと思っている男性はおよそ3分の1以上\*

しかし!

収入が減る。取りにくい職場の雰囲気。周囲にいない。  
昇進昇格に不利になる…。関心がない。

結局ココを改善しないから  
いつまでも変わらない。

- 収入が減る ▶ 妻が休んだほうが収入の減り方が少ない実態も。  
男性本人にも「パパスイッチ」を押したほうがメリットがある啓蒙を。
- 取りにくい ▶ トップの意識改革。取らせる。取らせていない企業は遅れている、ぐらいで。
- 周囲にいない ▶ ロールモデルをもっと表に出す。表彰が地味過ぎる。  
経営者が周囲に「自慢できる」ように仕向ける戦略を。
- 不利になる ▶ トップの意識改革。不利にさせない。させた企業は何をしている、というぐらいで。

## ■ 大企業と中小・ベンチャー企業が採りうる施策は明確に異なる

- 大企業向けの施策をそのまま中小企業に拡大しようとしても、人員の状況、経営規模、仕事の属人化度の違いから、適用できない。  
→ 中小企業の経営者に響く施策の必要性
- 中小企業のトップダウンが効きやすい構造を逆利用すべき。  
(短期的なメリットは確かに経営者から見ると理解されにくい場面も多いが、助成金や税控除とのオフセットで推進するしかない)

## ■ 強烈なインパクトが無いといつまでも変わらない

- 女性活躍推進と共に、「**男性活躍推進**」
- 男性の育児休暇という表現は、まだ力強い。  
→ 「**父親休暇**」。父親になるための休暇。

## ■ 抱っこ紐のまま眠る子どもを抱えてトイレの個室に入る姿を想像しよう

- 外出時の負担軽減について、少なくとも1-2年の短期においては絞った施策が必要  
(ベビー休憩室、トイレ、授乳室・・・という話は10年も続いている)
- 女性ニーズについては過去調査が豊富なものの、男性ニーズについては定量的なアプローチが明らかに不足  
(女性への調査は例として国土交通省「安心して子育てができる環境整備のあり方に関する調査研究」等)

日本では利用者がほぼおらず、  
メリットがまだ適切に  
理解されていない。

## ■ 乳児用液体ミルクの開発・普及に向けた取組の推進

- 粉ミルク（粉乳）以外の選択肢の意義とシーン  
→ 外出時(荷物負担の軽減)・夜間・(不慣れな)父親だけ・災害時 等
- 一方で、時間のかかる取り組みであり、かつ100万人を切る出生数では、メーカーからとして安定的な供給及び手ごろな価格帯での流通が実現するのか  
→ 「メーカーが頑張ること」では何ら積極的な推進にならない。  
→ 既に示されている一部の地方公共団体等での備蓄のみならず、輸出需要まで意識が必要